



**You have downloaded a document from
RE-BUS
repository of the University of Silesia in Katowice**

Title: Odmiana medialna w szkole

Author: Urszula Żydek-Bednarczuk

Citation style: Żydek-Bednarczuk Urszula. (2013). Odmiana medialna w szkole. W: H. Synowiec, M. Kubarek (red.), "Odmiany polszczyzny w szkole : teoria i praktyka" (S. 99-111). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIWERSYTET ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

Urszula Żydek-Bednarczuk

Uniwersytet Śląski
Katowice

Odmiana medialna w szkole

Wiedza o odmianach przynależy do szeroko rozumianej stylistyki, która traktowana jest tu jako subdyscyplina integrująca szereg badań. Odmiany językowe mają ponadgatunkowe właściwości, tworzą określoną klasę, a każdy użytkownik ma w swojej świadomości matrycę danej odmiany. Rozumienie pojęcia „odmiana” wymaga ustalenia szeregu kryteriów. Powinny one uwzględniać również całokształt zachowań językowych człowieka uwarunkowanych podmiotowo, pragmatycznie, kognitywnie i kulturowo. Kolejnym problemem metodologicznym jest rozróżnienie między stylem, odmianą i obecnie modnym dyskursem.

Odmiany językowe są obecne w programie szkolnym. W nowej *Podstawie programowej* (www.men.gov.pl) zwraca się uwagę na style funkcjonalne. Należą do nich odmiany: artystyczna, naukowa, urzędowa, publicystyczna, religijna i potoczna. Obsługują różne sfery komunikacyjne. Wspomniana odmiana publicystyczna zwana też publicystyczno-dziennikarską obejmuje tylko wąski zakres komunikacji. Dla młodego człowieka na co dzień obcującego z mediami jest zdecydowanie zbyt uboga, gdyż dla niego media są wyznacznikiem współczesnych zachowań komunikacyjnych¹.

¹ U. ŻYDEK-BEDNARCZUK: *Zmiany w zwyczajach komunikacyjnych a nowe odmiany językowe*. W: *Współczesne odmiany języka narodowego*. Red. K. MICHAŁEWSKI. Łódź 2004, s. 99–105; U. ŻYDEK-BEDNARCZUK: *Uczeń i nauczyciel w świecie dyskursów*. W: *Studia pragmatolingwistyczne*. T. 5: *Mowa i język w perspektywie dydaktycznej, logopedycznej i rozwojowej*. Red. J. PORAYSKI-POMSTA. Warszawa 2008, s. 11–19.

Najczęściej wytwory mediów masowych – teksty medialne, umieszcza-
no w szeroko rozumianej publicystyce. W *Przewodniku po stylistyce polskiej*
czytamy: „Współczesna publicystyka jest przekazywana nie tylko przez
prasę, ale również przez radio i telewizję. Czasem jest ona określana jako
prasa mówiona [...]. Zasadnicze funkcje i cechy publicystyki, jej odmian
i gatunków są realizowane we wszystkich środkach przekazu w podobny
sposób. Jednak odrębność tworzywa i kanału przekazu powoduje szczegól-
ne zainteresowanie i konieczność osobnych badań języka w radiu i telewi-
zji”². Przyporządkowanie przekazów prasowych, radiowych, telewizyjnych
i internetowych wyłącznie publicystyce i stylowi publicystycznemu wyda-
je się dzisiaj anachronizmem. Media bowiem zrewolucjonizowały świat.
„Współczesne społeczeństwa w przeważającej mierze, choć nie wyłącznie,
coraz bardziej i intensywniej wykorzystują media techniczne pokonujące
czas i/lub przestrzeń, podtrzymujące kontakty zapośredniczone. Miejsce
face-to face zajmuje kontakt interfejs-to interfejs”³. Powstanie odmiany
medialnej jest faktem, którego w praktyce szkolnej nie można pominąć.

Kolejnym argumentem na wprowadzenie odmiany medialnej do szko-
ły są treści nowej *Podstawy programowej* (www.men.gov.pl). W programie
do gimnazjum w części 3, zatytułowanej *Świadomość językowa*, czytamy:
„Uczeń: 1) **rozumie pojęcie stylu, rozpoznaje styl potoczny, urzędowy, ar-
tystyczny i naukowy**; a w części III: *Tworzenie wypowiedzi. Mówienie i pisa-
nie*. Uczeń: 1) tworzy spójne wypowiedzi ustne (monologowe i dialogowe)
oraz pisemne w następujących formach gatunkowych: urozmaicone kom-
pozycyjnie i fabularnie opowiadanie, opis sytuacji i przeżyć, **zróżnicowany
stylistycznie i funkcjonalnie** opis zwykłych przedmiotów lub dzieł sztuki,
charakterystyka postaci literackiej, filmowej lub rzeczywistej, sprawozda-
nie z lektury, filmu, spektaklu i ze zdarzenia z życia, rozprawka, podanie,
życiorys i CV, list motywacyjny, dedykacja; **dostosowuje odmianę i styl ję-
zyka do gatunku, w którym się wypowiada**; [...] 6) przestrzega zasad etyki
mowy w różnych sytuacjach komunikacyjnych, m.in. **zna konsekwencje
stosowania form charakterystycznych dla elektronicznych środków prze-
kazywania informacji, takich jak: SMS, e-mail, czat, blog** (ma świadomość
niebezpieczeństwa oszustwa i manipulacji powodowanych anonimowością

² *Przewodnik po stylistyce polskiej*. Red. S. GAJDA. Opole 1995, s. 373.

³ T. GOBAN-KLAS: *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*. Warszawa 2005.

uczestników komunikacji w sieci, łatwego obrażania obcych, ośmieszania i zawstydzania innych wskutek rozpowszechniania obrazów przedstawiających ich w sytuacjach kłopotliwych, zna skutki kłamstwa, manipulacji, ironii) [...]”⁴. W treściach przeznaczonych dla szkoły ponadgimnazjalnej czytamy: „Uczeń [...] zdobywa wiedzę o różnych odmianach polszczyzny i kształci umiejętność poprawnego wykorzystania ich w różnych sytuacjach. W części 3. *Świadomość językowa*. Uczeń: Rozumie pojęcie stylu, rozpoznaje styl potoczny urzędowy, artystyczny i naukowy. W zakresie mówienia i pisania dostosowuje odmianę i styl języka do gatunku, w którym się wypowiada. W części: *Czytanie i słuchanie*. Uczeń: 2. Rozpoznaje specyfikę tekstów publicystycznych (artykuł, felieton, reportaż), politycznych (przemówienie), popularnonaukowych; wśród tekstów prasowych rozróżnia wiadomość i komentarze, odczytuje zawarte w odbieranych tekstach informacje zarówno jawne, jak i ukryte (przemówienie). 3. program rozszerzony – porównuje tekst linearny i hipertekst rozumiany jako wypowiedź nieciągła nielinearna, stanowiąca system powiązanych segmentów tekstowych łączonych dowolnie przez użytkownika języka w każdorazowym akcie odbioru. 4. Wskazuje charakterystyczne cechy stylu danego tekstu, rozpoznaje zastosowane w nim środki językowe i ich funkcje w tekście, w komunikacji – różnice między tradycyjną komunikacją ustną lub pisaną a komunikacją przez Internet”⁵.

Już pobieżna analiza treści programowych wskazuje na media – nie tylko prasę, ale również radio, telewizję i Internet. Podstawą kształcenia jest nie tylko zdobycie wiedzy, ale przede wszystkim umiejętności i kompetencji. Z tego też względu wprowadzenie odmiany medialnej w miejsce publicystycznej jest dzisiaj konieczne.

Na przeobrażenia odmian językowych wpłynęła przede wszystkim dynamika zmian społeczno-cywilizacyjno-kulturowych zachodzących na przełomie XX i XXI wieku. Najważniejsze współczesne tendencje i procesy zmieniające ich wizerunek to m.in. przenikanie się wielu odmian, w efekcie czego powstają hybrydy, ekspansja potoczności i jej kulturowa nobilitacja, powstawanie nowych praktyk zachowań komunikacyjnych, w tym wyodrębnienie się sfery komunikacji medialnej.

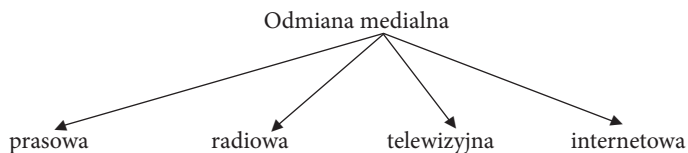
⁴ Zob. www.men.gov.pl/imaRes/stories/PDF/pReforma/Zb.pdf, s. 35–41.

⁵ Zob. www.gov.pl/images/stories/PDF/pReforma/Zb.pdf, s. 43–53.

Rozwój mediów, zwłaszcza elektronicznych, każe poddać rewizji dotychczasową dystynkcję substancjonalną języka: język mówiony vs. język pisany i odpowiadające im kategorie oralności i piśmienności, oraz postawić problem tworzenia się nowej jakości języka, elektroniczności, jako kolejnego stadium kulturowo-komunikacyjno-językowego. Nie wystarczy więc podział na odmianę pisaną i mówioną języka. Elektroniczność spowodowała powstanie nowej odmiany – odmiany medialnej.

„Wiek XX (to w nim powstawały wszystkie klasyfikacje i typologie odmian językach, mapy współczesnej polszczyzny, nowe ujęcia – z racji zmieniających się paradygmatów naukowych oraz zmieniających się języka i społeczeństwa) oraz pierwsze dziesięciolecie XXI to czas mediów, i to mediów, które weszły w życie codzienne człowieka. [...] Zmieniały się media powstałe w wiekach poprzednich (prasa), w początkach XX w. narodziło się radio, potem pojawiła się telewizja, eksplodowało powszechnością medium najmłodsze – Internet. Miejsce enumeracji konkretnego medium: prasa – radio – telewizja – sieć zajął hiperonim, rzeczownik abstrakcyjny używany zwyczajowo w liczbie mnogiej: *media*, także dlatego, że granice między nimi zacierają się, gdyż one wzajemnie przenikają się”⁶.

W rezultacie wydzielenie odmiany medialnej obecnej w treściach nowej *Podstawy programowej*, ale nienazwanej, warunkowane byłoby kryteriami przynależnymi do komunikacji językowej i pozajęzykowej, występowaniem wzorców tekstowych charakterystycznych dla danej odmiany, kryteriami funkcji tekstu i wypowiedzi, typów sytuacji i interakcji, gatunków i ich odmian. Zatem odmiana medialna, dawniej kwalifikowana jako publicystyczna, posiadałaby ze względu na kryterium komunikacyjne i kontekstu pragmatycznego swoje cztery pododmiany.



Rys. 1. Odmiana medialna i jej pododmiany

⁶ M. KITA: *Czy istnieje medialna odmiana językowa?* W: *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną*. T. 1: *Stan wiedzy i postulaty badawcze*. Red. M. KITA, M. SŁAWSKA. Katowice 2012, s. 129.

O ile pododmiana prasowa i radiowa zbliżone byłyby do stylu publicystycznego, o tyle telewizyjna, a szczególnie neotelewizyjna i internetowa różniłyby się ze względu na dalsze kryteria.

„Postulat wprowadzenia w myślenie o zróżnicowaniu języka odmiany medialnej (tak właśnie nazwanej, a nie jako publicystyczna, nie dziennikarska czy publicystyczno-dziennikarska) otwierać może nowe perspektywy badawcze, zwłaszcza jeśli usytuować te badania w nurcie transdyscyplinarności [...]. Dotychczasowe badania lingwistyczne koncentrowały się i zamykały na problemach czysto lingwistycznych, nawet jeśli perspektywa oglądu materiału była pragmatyczna czy antropologiczna (kulturowa). To nie zarzut, lecz neutralne określenie stanu wiedzy o języku prasy, radia, telewizji, Internetu (CMC) – badanym tak jak inne produkcje językowe. Medialność ujęta w nazwie odmiany być może stanie się impulsem do poszukiwania metod opisu tej odmiany łączących jej językowość z medialnością. Tu potrzebna jest refleksja teoretyczna i metodologiczna nad lingwistycznymi aspektami komunikacji medialnej, komunikatu medialnego, równoważąca dotychczas dominującą optykę empiryczną”⁷.

W analizie odmiany medialnej należy uwzględnić **kryterium pragmatyczne**, obejmujące „obszary, sfery, sytuacje”. Sfery mogą być bardzo różnorodne i obejmować: komunikację prasową, radiową, telewizyjną i internetową. Sfery te są historycznie zmienne. Praktyka komunikowania się ludzi stwarza duże problemy z opisem tych obszarów. Człowiek uczestniczy bowiem we wszystkich obszarach medialnych, a jednak język i teksty telewizyjne różnią się od prasowych, radiowych czy internetowych. Nie możemy wykluczyć jednak obszarów wspólnych. Nie ma też nadrzędności czy podrzędności jednej odmiany wobec drugiej. Raczej jest to równoległe funkcjonowanie różnych typów dyskursu obok siebie. Stanisław Gajda używa na odmianę medialną określenia „medialny tygiel odmianowy”⁸. I należy przyznać mu rację, gdyż pododmiany medialne krzyżują się, przenikają, ale mają też tylko swoją własną specyfikę, polegającą np. na użyciu wybranych środków językowych i pozajęzykowych, ponadto występują nowe gatunki w Internecie: blogi, czaty. Nie na-

⁷ Ibidem, s. 138–139.

⁸ S. GAJDA: *Media – stylowy tygiel współczesnej polszczyzny*. W: *Język w mediach masowych*. Red. J. BRALCZYK, K. MOSIOŁEK-KŁOSIŃSKA. Warszawa 2000, s. 20–22.

leży zapomnieć również o portalach społecznościowych typu Facebook czy Twitter, na których uczniowie mają swoje profile i są ich czynnymi użytkownikami.

W odmianie medialnej ważną rolę odgrywa **sytuacja**. Nie wystarczy tu podział na sytuacje: prywatną, spontaniczną i publiczną, gdyż w programach telewizyjnych gatunki są zastępowane formatami typu talk show. Spotykamy się w nich z wymieszaniem sytuacji prywatnej i publicznej. Trzeba by zatem podzielić sytuacje związane z komunikacją na takie, w które wprzęgnięta jest instytucja i wystąpienie ma charakter oficjalny, oraz na takie, które wynikają z działań społeczno-kulturowych.

Kolejnym kryterium opisu odmiany medialnej i jej typów są **interakcje, interaktywność i strategie językowe**. Wychodzę bowiem z założenia, że właśnie te wyznaczniki warunkują funkcjonowanie odmiany medialnej. Pełna interaktywność oznacza, że role nadawcy i odbiorcy są wymienne oraz że A zareaguje na wypowiedź B, która sama jest reakcją na pierwszą wypowiedź A. W rezultacie interakcja w mediach może być rodzajem gry, w której rozmówcy przyjmują różne role i w kolejnych interakcjach następuje rozgrywanie swojej roli przez dostarczanie odpowiednich informacji i podsuwanie korzystnej „etykiety” własnej osoby. Kierowanie przebiegiem interakcji przysługuje nie tylko dziennikarzowi, internaucie, ale również innym osobom biorącym udział w medialnej konwersacji. Oprócz interakcji występuje interaktywność. Badanie interaktywności, która zawsze związana jest z działaniem uwarunkowanym szerokim kontekstem, zasadza się na analizie strategii podejmowanych przez użytkownika danego medium⁹. Wymaga również określonych kompetencji medialnych¹⁰ (por. tabela 2). Zdefiniowanie pojęcia „odmiana medialna” na użytek szkoły nie jest łatwe. Odmiana medialna jest więc zbiorem tekstów powstających w mediach (prasa, radio, telewizja, Inter-

⁹ R.W. KLUSZCZYŃSKI: *Sztuka interaktywna. Od dzieła – instrumentu do interaktywnego spektaklu*. Warszawa 2004.

¹⁰ T. MICZKA: *Nowe kompetencje komunikacyjne użytkowników multimedialnych*. W: *Internet – społeczeństwo informacyjne – kultura*. Red. A. KIEPAS, M.S. SZCZEPAŃSKI, U. ŻYDEK-BEDNARCZUK. Tychy 2006, s. 49–60; U. ŻYDEK-BEDNARCZUK: *Nowe kompetencje językowe w edukacji medialnej*. W: *Nie tylko o dydaktyce. Księga pamiątkowa ofiarowana pani profesor Annie Grochulskiej*. Red. M. OBRUSZNIK-PARTYKA, L. PACAN-BONAREK. Piotrków Trybunalski 2011, s. 405–414.

Tabela 1

Cechy językowe i komunikacyjne odmian tradycyjnych i odmiany medialnej

Odmiany funkcjonalne	Odmiana medialna
Piśmienność, mówioność	telepiśmienność/elektroniczność
Informacyjność	ludyczność, ekspresywność, fatyczność, informacyjność
Akceptabilność	gra z tożsamością
Funkcjonalność	funkcjonalność, rozrywka
Intencjonalność	intencjonalność
Sytuacyjność	sytuacyjność, interaktywność, wirtualność
Linearność	nielinearność, fragmentaryczność, nawigacja
Ustalona pozycja N-O	brak ustalonej pozycji N-O
Intertekstowość	intertekstowość, fragmentaryczność
Tekstualność	hipertekst ikoniczność (emotikony), współwystępowanie wielu kodów jednocześnie: audialnego, wizualnego, animacyjnego

net)¹¹, ale także konkretną formą użycia języka; jest to również pewien rodzaj sytuacji społecznej i komunikacyjnej warunkowanej rozwojem cywilizacji i budowaniem społeczeństwa informacyjnego¹². Język używany w mediach jest określeniem tożsamości młodego pokolenia spod znaku nowych technologii. Odmiany funkcjonalne różnią się od odmiany medialnej. Scharakteryzujemy pokrótce odmianę medialną i spróbujemy porównać ją z tradycyjnymi odmianami funkcjonalnymi (por. tabela 1). Te przeobrażenia w odmianach charakteryzują się następującymi zmianami: odejście od linearności i uporządkowania przyczynowo-skutkowego, powstanie hipertekstów, brak podmiotu autorskiego, eliptyczność i skrótowość komunikatu, funkcjonowanie kodów werbalnych z kodami ikonycznymi i dźwiękowymi, powstanie nowych funkcji wypowiedzi – zwiększony wpływ funkcji fatycznej i ludycznej, innowacyjność leksykalna, składniowa, stylistyczna (słownictwo komputerowe, hybrydy języko-

¹¹ *Brauchen wir einen neuen Textbegriff. Antworten auf eine Preisfrage.* Hrsg. U. FIX, K. ADAMZIK, G. ANTOS, M. KLEMM. Frankfurt am Main–Berlin–New York–Wien 2002.

¹² I. WARNKE: *Adieu Text -bienvenu Diskurs? Über Sinn und Zweck einer poststrukturalistischen Entgrenzung des Textbegriffs.* In: *Brauchen wir einen neuen Textbegriff...*, s. 125–142.

we, wyrazy obce, neologizmy i neosemantyzmy), interaktywność, inne podejście do tekstu, fragmentaryczność, koherencja globalna.

Porównując cechy funkcjonalnych odmian klasycznych i odmiany medialnej wraz z pododmianami, zauważamy, że w odmianie medialnej, szczególnie w jej wariacie internetowym, pojawiają się takie pojęcia, jak: telepiśmienność, hipertekst, interaktywność, ikoniczność. Kompetencje człowieka do transmitowania, czyli linearne, jednokierunkowe i uporządkowane przekazywanie informacji zastępowane jest wielokierunkowymi, spontanicznymi i słabo przewidywalnymi działaniami interaktywnymi. Transmisję zawsze warunkowały różne interakcje, ale w transmisji multimedialnej znacznie powiększa się zakres interaktywności, a czasami interaktywność przeważa już nawet nad transmisją, zwłaszcza że pojęciem kluczem w myśleniu o nowych mediach jest pluralizm. Użytkownik staje się konsumentem, a charakterystyczną cechą myślenia i jego aktywności jest dzisiaj intertekstualne nastawienie do rzeczywistości. W nowych mediach powstała więc nowa odmiana, która wymaga nowych kompetencji komunikacyjnych i językowych.

Wprowadzenie odmiany medialnej w szkole wiąże się z realizacją edukacji medialnej i nabywaniem przez naszych wychowanków tak potrzebnej dzisiaj kompetencji medialnej. Nie chodzi nam o wąskie traktowanie umiejętności posługiwania się mediami. Edukacja medialna obejmuje bowiem procesy otwierania się na szeroko rozumiane zjawiska cywilizacyjne, kulturowe czy społeczne. Te wyzwania edukacyjne szczególnie pogłębiły się w momencie rozwoju Internetu i sposobów gromadzenia, przechowywania i przetwarzania informacji. W efekcie edukacja medialna musi być hybrydyczna, otwarta, dynamiczna, odpowiadająca zapotrzebowaniu społeczeństwa informacyjnego. Zadania, które stoją przed nowoczesną edukacją medialną, wymagają zbudowania nowych i przeobrażenia starych kompetencji komunikacyjnych i językowych.

Wśród zaleceń UNESCO przyjętych na konferencji w Wiedniu¹³ znalazły się następujące postulaty dotyczące edukacji medialnej:

- przygotowanie ludzi do rozumienia mediów;
- komunikowanie się za pomocą mediów;

¹³ *Mediale Bildung und digitales Zeitalter*. Wien 1999, cyt. za: W. STRYKOWSKI: *Pedagogika i edukacja medialna w społeczeństwie informacyjnym*. W: *Edukacja medialna w społeczeństwie informacyjnym*. Red. S. JUSZCZYK. Toruń 2002, s. 19–28.

- analizowanie, krytyczna ocena i tworzenie tekstów medialnych;
- identyfikowanie źródeł tekstów medialnych i ich kontekstu politycznego;
- interpretowanie wiadomości i wartości oferowanych przez media;
- dobieranie mediów do przekazywania własnych wiadomości i relacji skierowanych do właściwych odbiorców.

Kompetencja komunikacyjna dotyczy stopnia, w jakim pożądane cele zawarte w postulatach UNESCO są osiąmane przez komunikację w sposób stosowny do kontekstu. Podstawowymi składnikami modelu kompetencji komunikacyjnej są: wiedza, motywacja i umiejętności. Kontekst komunikacji tworzy ramy, w których zachodzi interakcja i interaktywność. Dla nas tym kontekstem jest kultura i stopień stechnologizowania społeczeństwa.

W globalizującym się świecie Internet wytwarza bowiem swoisty typ kultury medialnej. Jego cechy charakterystyczne to wolność, demokracja, konsumpcja i mediatyzacja. Ta ostatnia właściwość rozumiana jest jako szczególny sposób deformacji, charakterystyczny dla mediów, a na poziomie języka przejawia się w sposobach jego używania. Mediatyzacja wymusza zmiany przyzwyczajeń wyniesione z epoki piśmiennej. Media, a wśród nich Internet, modelują nowe zwyczaje i zachowania językowe.

W tej nowoczesnej edukacji na pierwszym miejscu stawia się kompetencję komunikacyjną oraz medialny tekst językowy i kulturowy służący do budowania tej kompetencji. Dotyczy ona następujących obszarów: czytania ze zrozumieniem, słuchania ze zrozumieniem, pisanie, mówienia.

W nowej kompetencji na pierwszym miejscu postawiłabym umiejętności czytania hipertekstu ze zrozumieniem i posługiwania się językiem (za)pisanym. Kolejny postulat dotyczy interaktywności i intertekstualności oraz tworzenia i korzystania z gatunków internetowych (czaty, strony WWW, e-mail, grupy dyskusyjne, blogi).

Odwołując się do badań PISA (Programme for International Student Assessment) i podanych tam definicji kompetencji czytania ze zrozumieniem, zauważamy braki. W tej definicji brakuje nam tekstów z elementami animacji, audio-, videosekwencji oraz różnych gatunków tekstu, np. multimedialnego hipertekstu. Kolejne „puste pole” w dotychczas-

wych definicjach kompetencji związane jest z hipertekstem i brakiem linearnego czytania. W rezultacie należy w zakresie wiedzy wprowadzić pojęcie hipertekstu, a wraz z nim umiejętność tworzenia go, gromadzenia danych, przetwarzania, a przede wszystkim czytania ze zrozumieniem. Ta nowa kompetencja jest niezbędna, aby w sposób świadomy i rozumiały korzystać z multimediów.

Kolejny brak w opisie dotychczasowych kompetencji odnosi się do języka (za)pisanego. Jeżeli dotychczasowa kompetencja językowa dotyczyła języka pisanego z zasadami gramatycznymi, ortografią oraz interpunkcją i języka mówionego z normą użytkową, to norma dotycząca języka (za)pisanego wymaga zmian i zastosowania wariantywności.

Klasyczna kompetencja zapewniała umiejętność linearnego czytania i interpretacji tekstu. Niestety, w odmianie medialnej mamy do czynienia z nielinearnym czytaniem tekstu, zaś uporządkowanie przyczynowo-skutkowe zanika na rzecz hipertekstu, tworzonego przez użytkownika medium. Trudno uwierzyć dzisiaj, że w tej sytuacji użytkownicy są aktywnie działającymi podmiotami. Raczej mamy do czynienia z przedmiotami oddziaływania medialnego, których zasad nie rozumie jedna ze stron. Możemy chyba mówić o kryzysie tradycyjnej kompetencji. Z jednej strony szkoła uczy oralności i piśmienności, z drugiej – media, towarzyszące uczniom w ich codzienności, są elektroniczne, a więc nielinearne, interaktywne, wirtualne. To dwa zupełnie inne światy.

Dyskusję trzeba więc zacząć od określenia nowej kompetencji, która będzie wyznaczała zasady postępowania w procesie komunikacji medialnej¹⁴. Kompetencja komunikacyjna to przede wszystkim motywacja, wiedza i umiejętności ściśle zależne od kontekstu technologicznego, kulturowego i społecznego. Przejdźmy do prezentacji nowej kompetencji. Staje się ona podstawą działania dla tekstów medialnych. Możemy w niej uwzględnić cztery obszary: językowy, socjolingwistyczny, dyskursywny, strategiczny (zob. tabela 2)¹⁵.

¹⁴ D. KELLNER: *Neue Medien und neue Kompetenzen: Zur Bedeutung von Bildung im 21. Jahrhundert*. In: *Medienkultur, Kritik und Demokratie*. Hrsg. R. WINTER. Köln 2005, s. 264–295.

¹⁵ *Neue Medien – Neue Kompetenzen*. Hrsg. U. KLEINBERGER, R.F. WAGNER. Frankfurt am Main–Berlin–Bern–New York–Wien 2004; U. ŻYDEK-BEDNARCZUK: *Nowe kompetencje językowe...*, s. 405–414.

Tabela 2

Kompetencje w działaniach na tekstach medialnych

Obszary nowej kompetencji			
językowa	socjolingwistyczna	dyskursywna	strategiczna
język (za)pisany, słownictwo medialne, np.: mailować, esemesować, blog, czat, portal społecznościowy	dostosowanie wiedzy do roli i rangi użytkowników mediów, gry z tożsamością	koherentność, umiejętność tworzenia tekstów medialnych, rozumienie i tworzenie tekstów medialnych w odpowiednim gatunku, umiejętność nawigacji i korzystania z hipertekstu	umiejętność korzystania z mediów, wychowanie przez media i dla mediów

Reasumując, można stwierdzić, że nowe kompetencje, a wśród nich kompetencja medialna, świadczą o zmieniającej się mocno perspektywie poznawczej człowieka. „Nie można jednak mówić o zmianach normotypów komunikacyjnych, ponieważ multimedia nie eliminują takich zachowań, jak organizowanie wiedzy, analiza językowa, lektura, transmisja informacji i percepcja, ale dzięki konsumpcji, synestezyjnemu widzeniu (oralizie), nawigowaniu, czystej operacyjności i inkluzji obrazowej ewolucja podstawowych ludzkich działań komunikacyjnych osiąga poziom, na którym tracą one dotychczasowy charakter, a nawet swoje pierwszorzędne znaczenie w kulturze”¹⁶. Jeżeli we współczesnej edukacji zwraca się uwagę na posługiwanie się mediami, uczenie, rozumienie i wychowanie w mediach przez media i dla mediów, to wprowadzenie na zajęciach odmiany medialnej i kształtowanie nowych kompetencji jest koniecznością. Kompetencje medialne są spontaniczne, swobodne, improwizacyjne i trudne do przewidzenia, wywierają coraz większy wpływ na potoczne zachowania ludzi i utrwalają w życiu społecznym nawyki audiowizualnego działania. Stają się tym samym na początku XXI wieku również prawdziwymi wyzwaniem dla edukacji. Media dla naszych uczniów już są przedmiotami oswojonymi i codziennymi. Czas, aby i szkoła znalazła miejsce dla odmiany medialnej.

¹⁶ T. MICZKA: *Nowe kompetencje komunikacyjne...*, s. 49–60.

Literatura

- Brauchen wir einen neuen Textbegriff. Antworten auf eine Preisfrage*. Hrsg. U. FIX, K. ADAMZIK, G. ANTOS, M. KLEMM. Frankfurt am Main–Berlin–New York–Wien 2002.
- GAJDA S.: *Media – stylowy tygiel współczesnej polszczyzny*. W: *Język w mediach masowych*. Red. J. BRALCZYK, K. MOSIOŁEK-KŁOSIŃSKA. Warszawa 2000.
- GOBAN-KLAS T.: *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*. Warszawa 2005.
- KELLNER D.: *Neue Medien und neue Kompetenzen: Zur Bedeutung von Bildung im 21. Jahrhundert*. In: *Medienkultur, Kritik und Demokratie*. Hrsg. R. WINTER. Köln 2005, s. 264–295.
- KITA M.: *Czy istnieje medialna odmiana językowa? W: Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną. T. 1: Stan wiedzy i postulaty badawcze*. Red. M. KITA, M. SŁAWSKA. Katowice 2012.
- KŁUSZCZYŃSKI R.W.: *Sztuka interaktywna. Od dzieła – instrumentu do interaktywnego spektaklu*. Warszawa 2004.
- Mediale Bildung und digitales Zeitalter*. Wien 1999.
- MICZKA T.: *Nowe kompetencje komunikacyjne użytkowników multimediów*. W: *Internet – społeczeństwo informacyjne – kultura*. Red. A. KIEPAS, M. SZCZEPAŃSKI, U. ŻYDEK-BEDNARCZUK. Tychy 2006.
- Neue Medien – Neue Kompetenzen*. Hrsg. U. KLEINBERGER, R.F. WAGNER. Frankfurt am Main–Berlin–Bern–New York–Wien 2004.
- Przewodnik po stylistyce polskiej*. Red. S. GAJDA. Opole 1995.
- STRYKOWSKI W.: *Pedagogika i edukacja medialna w społeczeństwie informacyjnym*. W: *Edukacja medialna w społeczeństwie informacyjnym*. Red. S. JUSZCZYK. Toruń 2002.
- WARNKE I.: *Adieu Text-bienvenu Diskurs? Über Sinn und Zweck einer poststrukturalistischen Entgrenzung des Textbegriffs*. In: *Brauchen wir einen neuen Textbegriff. Antworten auf eine Preisfrage*. Hrsg. U. FIX, K. ADAMZIK, G. ANTOS, M. KLEMM. Frankfurt am Main–Berlin–New York–Wien 2002, s. 125–142.
- ŻYDEK-BEDNARCZUK U.: *Nowe kompetencje językowe w edukacji medialnej*. W: *Nie tylko o dydaktyce. Księga pamiątkowa ofiarowana pani profesor Annie Grochulskiej*. Red. M. OBRUSZNIK-PARTYKA, L. PACAN-BONAREK. Piotrków Trybunalski 2011, s. 405–414.
- ŻYDEK-BEDNARCZUK U.: *Uczeń i nauczyciel w świecie dyskursów*. W: *Studia pragmatyngwistyczne. T. 5: Mowa i język w perspektywie dydaktycznej, logopedycznej i rozwojowej*. Red. J. PORAYSKI-POMSTA. Warszawa 2008, s. 11–19.
- ŻYDEK-BEDNARCZUK U.: *Zmiany w zwyczajach komunikacyjnych a nowe odmiany językowe*. W: *Współczesne odmiany języka narodowego*. Red. K. MICHALEWSKI. Łódź 2004, s. 99–105.

Urszula Żydek-Bednarczuk

A medial variety in schools**S u m m a r y**

The subject of considerations constitutes the presence of the medial variety in teaching. The attention is paid to the contents of the curriculum which contains the aspects related to the media. What is suggested involves introducing a medial variety with its sub-varieties, a press, radio and television as well as Internet one. The determinants for this variety are pragmatic, situational and medial criteria. The presentation of communicative features and traditional linguistic variety, as well as medial variety points to the need of introducing not only the knowledge and education about the media for the media and through the media, but, above all, the medial education taking into account the latest competences.

Уршула Жидек-Беднарчук

Медийная разновидность языка в школе**Р е з ю м е**

Предметом анализа является наличие медийной разновидности языка в обучении. Обращается внимание на содержание программных основ, в которых находятся положения, связанные с массмедиа. Предлагается введение медийной разновидности языка с ее подвидами: языком прессы, радио, телевидения и Интернета. Показателями для этого варианта являются прагматические, ситуативные и медийные критерии. Презентация коммуникативных и языковых черт традиционных вариантов и медийной разновидности указывает на потребность введения не только знаний и обучения в области СМИ для СМИ и посредством СМИ, но прежде всего медийного образования с учетом новейшей компетенции.